COMMISSIONER OF OFFICIAL LANGUAGES
COMMISSAIRE AUX LANGUES OFFICIELLES

Office of the Commissioner of Official Languages
66 Slater Street
Ottawa K1A 0T8
Tel: (613) 995-7717

OFFICE OF THE COMMISSIONER OF OFFICIAL LANGUAGES

OFFICIAL LANGUAGES AUDIT

HARBOURFRONT CORPORATION

JULY 1985

FOREWORD

The Office of the Commissioner of Official Languages carried out this first study of Harbourfront Corporation in the spring of 1984 as part of its regular programme of auditing federal institutions. Despite its relatively small size, the Corporation has broad contacts with tourists and the local public, accommodating some two million visitors a year. It should also be borne in mind that the Francophone population of Metropolitan Toronto is only slightly smaller than that of Hull, larger than Winnipeg's and considerably larger than Moncton's.

A draft of this report was submitted to the Corporation for comment in November 1984.

The audit team would like to thank all officers of the Corporation who provided information and assistance during the audit and thereby greatly facilitated their task.

Table of Contents

	Page
FOREWORD	
I. INTRODUCTION	1
II. OFFICIAL LANGUAGES POLICY AND PROGRAMME	2
III. LANGUAGE OF SERVICE	3
IV. LANGUAGE OF WORK	9
V. EQUITABLE PARTICIPATION	9
VI. SUMMARY AND RECOMMENDATIONS	10
VII. COMMENTS BY THE CORPORATION ON THE RECOMMENDATIONS	13

I. INTRODUCTION

The object of this audit was to evaluate the performance by Harbourfront Corporation of its obligations under the Official Languages Act, and to recommend remedial action where necessary. The study concentrated on the following aspects of the Corporation's official languages programme:

1) the official languages policy and programme;
2) the language of service;
3) the language of work; and
4) the representation of Anglophones and Francophones on the staff.

The audit team interviewed managers at the Corporation's offices in Toronto and made a tour of the project site and existing facilities. It also examined a number of corporate forms, publications, press releases and other relevant documents, as well as our own files. In addition, the team checked the language of the Corporation's telephone and in-person reception services. Finally, the auditors met with representatives of the Conseil des organismes francophones du Toronto métropolitain and the Centre communautaire francophone de Toronto, two interrelated Francophone organizations that are housed jointly on Harbourfront's premises.

First incorporated in 1936 under the Business Corporations Act of Ontario as Terminal Warehouse Limited, Harbourfront was wholly acquired by the federal government in 1972. Briefly renamed 207 Queen's Quay West Limited, the Corporation assumed its present name in July 1978. Its mandate is to develop, maintain and manage, as well as operate facilities on, 37 hectares of Crown lands on the downtown Toronto waterfront, according to a "mixed-use" concept that integrates public spaces and recreational activities with residential, commercial and institutional uses.

The management of the Corporation is entrusted to an 11-member Board of Directors on which both the City of Toronto and Metropolitan Toronto are

represented. The Corporation has a permanent staff of 175 (120 full-time), distributed between the office of the General Manager and the following Divisions: Planning and Development; Property and Administration; Programming; Community and Corporate Development; and Communications. In addition, there are two subsidiaries - The Art Gallery at Harbourfront and The School by the Water - which, for all practical purposes, are integral parts of the Corporation.

Unfortunately, we must begin this report by recording our dissatisfaction with the Corporation's unilingual English name. Since we believe that the titles of all federal institutions should reflect the linguistic duality of the country, we think that Harbourfront should lose no time in acquiring a French name for itself and for its subsidiaries. We therefore recommend that the Corporation:

1. a) **immediately set in motion the necessary mechanism to acquire, in addition to its English name, a French title,** and

   b) **take the necessary steps to acquire French titles for The Art Gallery at Harbourfront and The School by the Water, in addition to their English names.**

II. OFFICIAL LANGUAGES POLICY AND PROGRAMME

Managers were generally well aware that the Corporation has some obligations under the Official Languages Act, but we found that they were less well-informed about the nature of these obligations and about their own roles in meeting them, because the Corporation does not have a formal official languages policy.

Since we believe that such a document, however simplified, is essential, we recommend that the Corporation:

2. a) **formulate and publish an official languages policy as a matter of priority and ensure that all employees are informed of this policy,** and

b) establish an effective system for monitoring and evaluating the implementation of this policy in each area of activity.

About ten staff members are said to have some capability in the two official languages; we were surprised to learn, however, that only five public-contact positions were informally considered as bilingual. To ensure that the organization has the necessary bilingual capability to meet its official languages obligations, we recommend that the Corporation:

3. **a) urgently determine which of its positions require a knowledge of both official languages,** and

b) ensure that such positions are staffed accordingly.

III. LANGUAGE OF SERVICE

Despite some recent improvements, the signage situation at Harbourfront leaves much to be desired: a good many of the Corporation's signs are still unilingual English or only partially bilingual. For instance, the most prominent sign throughout the complex - an immense sign on top of York Quay Centre (site of the Information Centre) - reads as follows:

HARBOURFRONT YORK QUAY CENTRE HARBOURFRONT CENTRE
DU QUAI YORK HARBOURFRONT*

Perhaps the second most prominent signage on the site is a pair of signs at the top of 417 Queen's Quay West, home of the Corporation's Head Office, each of which says: "Watch us grow with eight new Government of Canada Special Recovery Projects". We were surprised to learn that two managers believed one sign was in English and the other in French.

---

*Acquisition of a French name by the Corporation will obviously help to improve this sign.

We think that urgent steps are necessary to correct the near-unilingual English image currently projected by Harbourfront. We believe the organization should lose no time in beginning a thorough review of the signage on its premises, including signs in the public areas it retains in buildings on leased lands. It should then determine where bilingual signage should be installed and develop an appropriate policy that would also apply to premises occupied by lessees and concessionaires. We therefore recommend that the Corporation:

4. **urgently make a thorough review of present and future signage on its premises with a view to determining where and under what circumstances such signage should be in both official languages,** and

5. **develop, publish and implement an appropriate policy on the subject.**

The Corporation's main receptionist is bilingual and answers calls bilingually; the same is true of the receptionist at the Information Centre. On the other hand, reception at the Harbourfront Box Office and the Premiere Dance Theatre Box Office is in English only. We believe that this situation should be corrected as soon as possible. We therefore recommend that the Corporation:

6. **instruct its Box Office attendants to greet callers and visitors in both English and French and, if necessary, refer them to an employee who can serve them in their preferred official language.**

Only four of the twenty permanent employees of the Communications Division have some bilingual capability; this percentage seems to us rather low, all things considered, and we think the Corporation should bear this in mind in planning its human resources.

The Corporation's press releases are issued in English only and most of its publications are unilingual English, including Annual Reports and Harbourfront Happenings, the monthly corporate newsletter. Unilingual

English material published by private concerns is furthermore mixed in with the free Harbourfront literature displayed in the Corporation's waiting-room. To correct this situation, we recommend that the Corporation:

7. a) **formulate, publish and implement a policy on the preparation and distribution of corporate press releases and publications in both official languages,** and

   b) **ensure that all printed material other than its own that is displayed for distribution at corporate facilities is clearly identified.**

The Corporation has produced a 25-minute informational film, and a 10-minute abridgement, on its structure, programmes and activities. Unfortunately, the French version of each film is merely a dubbing of the English, with everything but the sound-track, including credits and illustrations, remaining in English. The Corporation will certainly wish to correct this anomaly when it updates these films.

The two Telidon computer terminals which the Corporation has placed at the disposal of the public give visual displays on Harbourfront programmes and activities, but only in English. Harbourfront recognizes that this would be a good place to begin providing full bilingual service to the public, which uses the system extensively. We, of course, concur with this opinion.

Harbourfront programmes are published each week in English in an English-language Toronto newspaper; only when there is an activity in French to announce is the local French-language weekly, L'Express, used. Publicity in French is usually broadcast over the local Radio-Canada AM and FM stations.

The Corporation's stationery and all of its forms, including cheques and receipts, are in English only; its business cards also are unilingual English.

To correct these irregularities, we recommend that the Corporation:

8. **advertise in the media of both official languages activities that may reasonably be assumed to be of interest to members of both linguistic groups,** and

9. **make all of its stationery, forms and business cards bilingual.**

Harbourfront's Programming Division annually schedules 3,500 events of a cultural, educational or recreational nature for its two million visitors, many of these events organized by outside groups using the site and the Corporation's expertise. The titles of the Division's six Departments indicate the wide range of activities and facilities offered the public: Community and Special Events; Performing Arts; Visual Arts; Recreation; Education; and Computer Centre. Activities run the gamut from the School by the Water's year-round urban studies programmes relating to the waterfront for 35,000 schoolchildren a year to the Recreation Department's senior citizen programmes that cater to 25,000 people each summer.

The Corporation has some capability to offer some of its programmes in both English and French, especially those of the Education Department and the Computer Centre, but there is no clear-cut policy on the matter and most programmes are in fact offered in English only. Consequently, programme documentation is usually in English only, unless the particular event or activity also takes place in French. In any event, the Corporation has not made a sustained effort to provide balanced programmes of activities in English and French in co-operation with Anglophone and Francophone organizations.

A Harbourfront pamphlet lists the Learn to Sail Centre as offering "the choice of no less than five professional sailing schools, with daily, weekly and weekend instruction". In fact, the schools are privately owned and run and the proprietors, who are lessees, are under no contractual obligation to offer instruction in both official languages. We were told, however, that one or two of the schools could probably provide instruction in French if asked to do so; there had so far been, however, "absolutely no such demand".

To correct this state of affairs, we recommend that the Corporation:

10. **develop, publish and implement specific guidelines for the application of its official language policy to its cultural, educational and recreational programmes, with specific reference to the number, content, publicity and delivery of such programmes in the two languages,**

11. **identify appropriate activities and organizations from each official language group so as to achieve balanced programming in English and French and meet the needs of both official language communities,** and

12. **negotiate appropriate guidelines respecting similar programmes offered by private groups on its premises, in the case of activities or events that can take place in both official languages.**

The Corporation has no clear idea how many of its two million annual visitors are Francophones. Because of the obvious implications of such estimates for the planning of programmes as well as human resources, we recommend that the Corporation:

13. **establish a suitable mechanism for accurately determining the linguistic mix of its clientele in order to anticipate and make provision for meeting the demand for service in French.**

In June 1980, the federal government approved a seven-year financial and development plan for Harbourfront. The plan calls for a complete transformation of the Corporation's site into a galvanic mix of recreational, residential, commercial and institutional facilities. In addition, the Corporation will spend some $27.5 million in public funds on roads, sewers, services and other infrastructure necessary to attract an estimated $300 million worth of private-sector development on the site, primarily in the form of 3,600 apartment units, both condominium and rental, and more than a million and a half square feet of office and retail space.

A private development company has already completed a $60-million renovation of Queen's Quay Terminal and now operates the "mixed-use development" - comprising 75 condominiums, 400,000 square feet of office space, and 90,000 square feet of retail space - under a 99-year agreement with Harbourfront. Other development projects, including much of the housing on the site, will be built by other private firms on lands leased on a long-term basis. The leases have no official-languages clauses, not even regarding signage in the public spaces retained by the Corporation in all buildings on leased lands. A recommendation on this score has been made above.

The Corporation's calls for tender are advertised in English in Daily Commercial News, a construction trade paper serving Ontario, but not in the French-language print media; and plans and specifications are distributed in English only. Reportedly, no bid had ever been received from Francophone developers or contractors, and, if one were to be received, supporting contract documents could not be made available in French.

We believe that these practices preclude the active offer of Harbourfront's services in French and deny the Francophone public the right to information in its language concerning corporate activities. In the circumstances, we recommend that the Corporation:

14. **a) publish in French in the French-language press all calls for tender, wherever they are advertised in the majority English-language press,** and

b) indicate in its advertisements of calls for tender that supporting contract documents will be made available in French on demand.

The Corporation might also wish to explore the feasibility of using master specifications of the Department of Public Works, which are computerized in English and French, as this would doubtless save much costly translating.

Harbourfront offers joint accommodation to the Conseil des organismes francophones du Toronto métropolitain and the Centre communautaire francophone de Toronto. In return, it appears to rely heavily on these two organizations to fill the needs of its French-speaking public. Indeed, the Corporation's publicity material lists the Centre francophone among facilities available, noting that "Francophone visitors to Toronto are making [it] their first stop".

Unfortunately, no contractual agreement exists between Harbourfront and the two organizations regarding the exact role the latter are expected to play, for a fair fee, in helping the Corporation to discharge its official-languages obligations. We think it would be useful to both sides to specify the linguistic services to be provided by the two guest organizations. We therefore recommend that the Corporation:

15. clarify its relations with the Conseil des organismes francophones du Toronto métropolitain and the Centre communautaire francophone de Toronto by spelling out their contractual obligations, for a fair fee, to provide linguistic services.

IV. LANGUAGE OF WORK

The language of work is almost exclusively English, which, considering that the staff is over 97% Anglophone, is perhaps not surprising. The Corporation's Harbourfront Personnel Policy Guide is available in English only.

V. EQUITABLE PARTICIPATION

There are thought to be three or four Francophones on the permanent staff of 175. Given the milieu, the small size of the staff and the low turnover, the figure is unlikely to increase unless special efforts are made to this end. The Corporation could, at any rate, endeavour to hire some bilingual Francophone students each summer.

In any event, we think that the organization should seek to determine exactly how many Francophones are in its employ and whether the number is sufficient, all things considered. We further recommend that the Corporation:

16. make every effort to ensure that employment opportunities on the staff are brought to the attention of potential Francophone candidates also.

VI. SUMMARY AND RECOMMENDATIONS

The Corporation has yet to develop an Official Languages Policy. Until it publishes its policy, managers and employees will for the most part continue to lack clear guidelines regarding its official languages aims and objectives and their own role, rights and responsibilities in this regard.

Much of the Corporation's signage is unilingual English and the situation is aggravated by the intermixture of corporate and private properties and activities on the site. The Corporation must find a way to solve this problem so that overall it is seen to project a bilingual image. Publicity, publications and many aspects of the Corporation's varied educational, cultural and recreational programmes also reveal deficiencies in bilingual capability that need to be remedied. The Corporation also needs to clarify and formalize its relations with the Conseil des organismes francophones du Toronto métropolitain and the Centre francophone de Toronto for mutual profit and advantage.

The language of work within the Corporation is almost exclusively English. Given the almost complete Anglophone homogeneity of the staff and considering the milieu, this is perhaps understandable; the Corporation should nevertheless seek to create a more favourable climate for employees to work in French.

Francophones are severely underrepresented on the Harbourfront staff and it is unlikely that the situation will change unless special efforts are made to this end. Every effort should therefore be made to attract potential Francophone candidates to fill any vacancies that may occur. Attempts should also be made to hire bilingual Francophone students for summer positions.

The recommendations made in this report are reproduced here under the main headings of the audit.

We recommend that the Corporation:

(Introduction)

1. a) **immediately set in motion the necessary mechanism to acquire, in addition to its English name, a French title,** and

   b) **take the necessary steps to acquire French titles for The Art Gallery at Harbourfront and The School by the Water, in addition to their English names.**

(Official Languages Policy and Programme)

2. a) **formulate and publish an official languages policy as a matter of priority and ensure that all employees are informed of this policy,** and

   b) **establish an effective system for monitoring and evaluating the implementation of this policy in each area of activity.**

3. a) **urgently determine which of its positions require a knowledge of both official languages,** and

   b) **ensure that such positions are staffed accordingly.**

(Language of Service)

4. **urgently make a thorough review of present and future signage on its premises with a view to determining where and under what circumstances such signage should be in both official languages,** and

5. **develop, publish and implement an appropriate policy on the subject.**

6. instruct its Box Office attendants to greet callers and visitors in both English and French and, if necessary, refer them to an employee who can serve them in their preferred official language.

7. a) formulate, publish and implement a policy on the preparation and distribution of corporate press releases and publications in both official languages, and

   b) ensure that all printed material other than its own that is displayed for distribution at corporate facilities is clearly identified.

8. advertise in the media of both official languages activities that may reasonably be assumed to be of interest to members of both linguistic groups, and

9. make all of its stationery, forms and business cards bilingual.

10. develop, publish and implement specific guidelines for the application of its official languages policy to its cultural, educational and recreational programmes, with specific reference to the number, content, publicity and delivery of such programmes in the two languages,

11. identify appropriate activities and organizations from each official language group so as to achieve balanced programming in English and French and meet the needs of both official language communities, and

12. negotiate appropriate guidelines respecting similar programmes offered by private groups on its premises, in the case of activities or events that can take place in both official languages.

13. establish a suitable mechanism for accurately determining the linguistic mix of its clientele in order to anticipate and make provision for meeting the demand for service in French.

14. a) **publish in French in the French-language press all calls for tender, wherever they are advertised in the majority English-language press,** and

    b) **indicate in its advertisements of calls for tender that supporting contract documents will be made available in French on demand.**

15. **clarify its relations with the Conseil des organismes francophones du Toronto métropolitain and the Centre communautaire francophone de Toronto by spelling out their contractual obligations, for a fair fee, to provide linguistic services.**

(Equitable Participation)

16. **make every effort to ensure that employment opportunities on the staff are brought to the attention of potential Francophone candidates also.**

VII. COMMENTS BY THE CORPORATION ON THE RECOMMENDATIONS

The Corporation's General Manager has asked us to publish the following comments and progress report on implementation of the preceding recommendations:

I. INTRODUCTION

1. a) We feel that "Harbourfront" is an established name in Toronto, being both a geographic location and the name of the Corporation. It would be as inappropriate to translate this name as it would be to translate "Toronto".

II. OFFICIAL LANGUAGES POLICY AND PROGRAMME

2. a) Some staff at Harbourfront are not cognizant of the Official Languages Act and we would be pleased to have a representative

of the Office of the Commissioner of Official Languages visit the Corporation to explain the Act to our staff. While the Corporation does not yet have a formal language policy, a policy should be formulated. As this is a matter concerning all staff, I propose to ask our Staff Liaison Committee to strike a Languages Task Force, with at least one senior manager as a member.

2. b) Within the guidelines of the Task Force, implementation and monitoring will be included.

3. a) It is our feeling that those positions with direct contact with either (i) the public or (ii) the Francophone community should be bilingual. Our main public link is through the Communications Division. The director of this division is completely bilingual, one of the publicity co-ordinators has just completed a French course at George Brown College, as has the theatre co-ordinator. The Information Desk Co-ordinator is not bilingual, but the Assistant (who works the weekend shifts when our visitors are most numerous) speaks fluent French and Spanish. Part-time student staff, just hired for the summer months at the Information Desk, all have a knowledge of French, ranging from tentative to good. It was my directive that priority be given to French-speaking candidates in these positions, and I am pleased that we have made progress in that area. We have ordered a French sign to be placed at the Information Desk, indicating that service is available in two languages.

III. LANGUAGE OF SERVICE

4,5. The signage situation at Harbourfront is a concern of mine, not only from a bilingual standpoint, but also as it relates to the uniformity of look of the site and the usefulness to the public. This subject is more complex (and expensive) than it

first appears. We have engaged consultants to assist us in the task of site signage with specific instruction to include French directions. I am pleased that the newly-opened, renovated York Quay Centre will have bilingual directional signage.

I am currently working closely with our consultants, Spencer/ Francey, and a project team of senior staff to institute a consistent policy of signage. The signs to which your report refers no longer exist -- this is perhaps a good example of how quickly our site is changing physically. I acknowledge that, with the large amount of construction currently on the Harbourfront site, we have a good opportunity to implement a bilingual policy and I intend to do so.

6. The Box Office Manager has been made aware of your concern that service be provided in French. It has been agreed that when employment opportunities occur at the Box Office, an attempt will be made to recruit French-speaking candidates.

7. a) The policy is that press releases and public service announcements are produced and distributed in French to the French media when the nature of the programme is of specific interest to the French-speaking community. At this stage it is not possible from a staff resources point of view to produce all our publicity material in French. It is my calculation that we would require two to four full-time translators for the Communications Division alone. I have looked at the model of the National Arts Centre in Ottawa as an arts organization publishing all publicity material in both languages. That organization has, in effect, two communications departments offering duplicate services. While this seems appropriate for an organization operating in a city with such a large French population, a major French newspaper and other French media, the cost of additional staff for a service that is not largely

requested by the media would be prohibitive in our current financial situation. Our staff does a regular interview promoting our events on C.J.B.C. (radio). Our annual report currently being produced will be published in English and French for the first time; our corporate plan was bilingual for the first time; and we will be producing a French site brochure this summer. The film to which you refer is out-of-date and rarely used. A new development slide show being developed will have a French script. The Telidon terminal programme company, Infomart, is currently quoting on the fee to implement a French component.

8. I feel that we are advertising in the French media when it is deemed that the programme will be of interest to Francophones.

9. The cost of printing all stationery forms, etc., in both languages appears prohibitive but a special projects officer is currently studying our print ordering system and he has my directive to study the increased costs of bilingual stationery.

10,11,12. As you are no doubt aware, the Harbourfront programmes both respond to and are a reflection of community needs. In the case of programmes in French, our recent International Children's Festival included two groups performing in French. Our upcoming camp season includes for the first time one camp operating entirely in French, Le camp au bord de l'eau. The Ford Dance season includes the top dance companies from Quebec. We have been negotiating with the Quebec City festival Quinzaine Internationale du Théâtre to produce a theatre festival in Toronto in 1986. We have under consideration a large Quebec film retrospective; and the programming staff works closely with the newly-appointed representative of the Quebec government, Mr. Jean Marc Boudreau. I feel these new initiatives are very positive and that our programming staff is

concerned about and sensitive to the desire to integrate French events. Every request made to us for a French programme has been acknowledged.

13. We are in the process of instituting a visitor profile survey (phase one is completed) from which we will be able to determine the linguistic mix of our visitors. I will be in a position to report to you fully on this matter in December 1985 upon completion of the data.

14. a) The production of development material in the French press seems a waste of money as there is no appropriate media outlet in French. I can assure you that if there was a French edition of Daily Commercial News, we would consider using that media.

15. We will attempt to clarify our relationship with the Conseil des organismes francophones du Toronto métropolitain and the Centre communautaire francophone de Toronto.

V. EQUITABLE PARTICIPATION

16. We are making every effort to ensure that that employment opportunities are brought to the attention of Francophone candidates, and that knowledge of French be considered a desirable asset in hiring.

COMMISSAIRE AUX LANGUES OFFICIELLES
COMMISSIONER OF OFFICIAL LANGUAGES

Bureau du Commissaire aux langues officielles
66, rue Slater
Ottawa, K1A 1E8
Tel.: (613) 995-1721

COMMISSARIAT AUX LANGUES OFFICIELLES

VÉRIFICATION LINGUISTIQUE

SOCIÉTÉ HARBOURFRONT

JUILLET 1985

AVANT-PROPOS

Dans le cadre de son programme de vérification des organismes fédéraux, le Commissariat aux langues officielles a effectué une première vérification linguistique à la société Harbourfront au printemps de 1984. Malgré sa petite taille, la Société a des échanges très fréquents avec les touristes et la population torontoise : elle accueille quelque deux millions de visiteurs par année. Il faut également se rappeler qu'il y a, dans la région métropolitaine de Toronto, un peu moins de francophones qu'à Hull, un peu plus qu'à Winnipeg et beaucoup plus qu'à Moncton.

Nous avons soumis une ébauche de ce rapport à la société en novembre 1984 en lui demandant de la commenter.

Les membres de l'équipe de vérification tiennent à remercier tous les employés de la société qui leur ont facilité la tâche en leur fournissant les renseignements nécessaires ou en les aidant de quelque manière que ce soit.

Table des matières

	Page
AVANT-PROPOS	
I. INTRODUCTION	1
II. POLITIQUE ET PROGRAMME DES LANGUES OFFICIELLES	2
III. LANGUE DES SERVICES	3
IV. LANGUE DE TRAVAIL	9
V. PARTICIPATION ÉQUITABLE	10
VI. RÉSUMÉ ET RECOMMANDATIONS	10
VII. COMMENTAIRES DE LA SOCIÉTÉ SUR LES RECOMMANDATIONS	14

I. INTRODUCTION

Par le biais d'une vérification, nous visions à évaluer comment la société Harbourfront s'acquitte des obligations que lui impose la Loi sur les langues officielles et à lui recommander les mesures correctives voulues. Nous nous sommes arrêtés à quatre aspects de son régime linguistique :

1) la politique et le programme des langues officielles;
2) la langue des services;
3) la langue de travail; et
4) la participation des anglophones et des francophones au sein du personnel.

Nous avons interrogé des gestionnaires de la société à Toronto et nous avons visité ses installations. Nous avons aussi examiné un certain nombre de formulaires, de publications, de communiqués et d'autres documents et avons passé en revue notre propre dossier sur l'organisme. De plus, nous avons vérifié la langue des services de réception au téléphone et en personne et, enfin, nous avons rencontré des représentants du Conseil des organismes francophones du Toronto métropolitain et du Centre communautaire francophone de Toronto, deux organismes connexes logés ensemble dans des locaux de la société.

La société Harbourfront a vu le jour en 1936 en vertu de la Business Corporations Act de l'Ontario sous le nom de Terminal Warehouse Limited. Le gouvernement fédéral en est devenu l'unique propriétaire en 1972. Connue pendant une brève période sous le nom de 207 Queen's Quay West Limited, la société a reçu son nom actuel en juillet 1978. La société Harbourfront a pour but de développer, d'entretenir et de gérer les 37 hectares de terrains de la Couronne situés dans la partie riveraine du centre-ville de Toronto, ainsi que d'y exploiter des installations. Harbourfront est aménagé selon un concept dit "polyvalent" qui allie aires publiques, activités récréatives, habitations, commerces et bureaux.

La direction de la société a été confiée à un conseil d'administration de onze membres où sont représentés la ville de Toronto et le Toronto métropolitain. Le personnel permanent de la société compte 175 employés, dont 120 à temps plein, qui se répartissent entre le bureau du directeur général et les divisions suivantes : planification et développement; immobilier et administration; programmation; développement communautaire et interne; et communications. S'ajoutent à ces divisions deux filiales, The Art Gallery at Harbourfront et The School by the Water, qui font, à toutes fins utiles, partie intégrante de la société.

D'entrée de jeu, il nous faut malheureusement souligner que nous désapprouvons l'unilinguisme anglais du nom de la société. Les noms des organismes fédéraux doivent refléter la dualité linguistique du pays; aussi croyons-nous que la société Harbourfront devrait acquérir sans tarder un nom français pour elle-même et pour chacune de ses filiales. C'est pourquoi nous recommandons à la société :

1. a) **d'entamer immédiatement les formalités pour se doter, en plus de son nom en anglais, d'un nom en français** et

   b) **de prendre les mesures nécessaires pour donner aussi un nom français à The Art Gallery at Harbourfront et à The School by the Water.**

II. POLITIQUE ET PROGRAMME DES LANGUES OFFICIELLES

En général, les gestionnaires savaient que la Loi sur les langues officielles impose certaines obligations à l'organisme. Cependant, nous avons constaté qu'ils étaient moins bien informés de la nature de ces obligations et de leur propre rôle à ce chapitre parce que la société ne possède pas de politique établie en matière de langues officielles.

Puisque nous estimons une telle politique, même sommaire, essentielle, nous recommandons à la société :

2. a) **de formuler et de publier prioritairement une politique des langues officielles et de veiller à ce que tous ses employés en soient informés** et

b) de mettre en place un système efficace de surveillance et d'évaluation de la mise en oeuvre de sa politique.

D'après les renseignements recueillis, environ dix employés posséderaient une certaine capacité bilingue; par ailleurs, nous avons été surpris d'apprendre que seulement cinq postes d'échange direct avec le public sont officieusement reconnus comme bilingues. Afin que la société puisse avoir le personnel bilingue qu'il lui faut pour s'acquitter de ses obligations linguistiques, nous lui recommandons :

3. a) de déterminer immédiatement quels postes exigent la connaissance des deux langues officielles et

b) de doter ces postes en conséquence.

III. LANGUE DES SERVICES

Malgré certaines améliorations apportées récemment, la signalisation laisse beaucoup à désirer à Harbourfront. En effet, plusieurs panneaux ne sont qu'en anglais ou que partiellement bilingues. L'enseigne la plus en vue de tout le complexe, celle qui domine le Centre du quai York, où se trouve le Centre d'information, se lit comme suit :

HARBOURFRONT YORK QUAY CENTRE HARBOURFRONT CENTRE
DU QUAI YORK HARBOURFRONT*

En plus de cette immense enseigne, on remarque la paire de panneaux installés au 417, Queen's Quay ouest, adresse du siège de la société, qui portent tous deux le message suivant : "Watch us grow with eight new Government of Canada Special Recovery Projects". Nous avons appris, non sans surprise, que deux gestionnaires croyaient que l'un de ces panneaux était en français.

---

*L'adoption d'une raison sociale en langue française devrait permettre d'améliorer la présentation de cette enseigne.

Nous croyons qu'il est urgent de rectifier l'image presque uniquement anglaise que projette actuellement la société Harbourfront. Celle-ci devrait, selon nous, entreprendre sans tarder un examen sérieux de la signalisation dans ses installations, y compris dans les aires publiques, réservées par Harbourfront, dans les immeubles construits sur des terrains loués. Grâce à cet examen, la société pourrait déterminer où il faut installer des panneaux bilingues et formuler des lignes de conduite applicables aussi à tous les locaux loués. Par conséquent, nous recommandons à la société :

4. **de revoir immédiatement l'ensemble de la signalisation sur ses terrains afin de déterminer où et dans quelles circonstances les panneaux doivent être dans les deux langues officielles et**

5. **de formuler, de publier et de mettre en oeuvre des lignes de conduite sur le sujet.**

La principale réceptionniste de la société est bilingue et répond au téléphone dans les deux langues; la réceptionniste du Centre d'information est, elle aussi, bilingue. Par contre, au Bureau de location de Harbourfront et aux guichets du Premiere Dance Theatre, le service de réception n'est qu'en anglais. Comme nous croyons que la situation devrait être corrigée le plus tôt possible, nous recommandons à la société :

6. **de donner comme directive à ses guichetiers de répondre au téléphone et d'accueillir les visiteurs avec une formule bilingue et, s'il le faut, de faire appel à un collègue capable de fournir les services dans l'autre langue.**

Seulement quatre des vingt employés permanents de la Division des communications possèdent une certaine connaissance de leur deuxième langue officielle; ce nombre nous paraît passablement insuffisant, tout bien considéré, et nous croyons que la société devrait y voir en planifiant ses ressources humaines.

Les communiqués de la société sont émis en anglais seulement, tout comme la plupart de ses publications, y compris ses rapports annuels et son bulletin mensuel, Habourfront Happenings. D'autres publications unilingues anglaises provenant d'entreprises privées avoisinent les brochures et dépliants offerts gratuitement par la société dans sa salle d'attente. Pour remédier à cette situation, nous recommandons à la société :

7. a) **de formuler, de publier et de mettre en oeuvre une directive sur la préparation et la distribution, dans les deux langues officielles, de ses communiqués et publications** et

   b) **de veiller à ce que tout imprimé produit par autrui et mis à la disposition des visiteurs dans ses installations soit clairement identifié comme tel.**

La société a produit un film de vingt-cinq minutes et une version abrégée de dix minutes, portant tous les deux sur son organisation, ses programmes et ses activités. La trame sonore de ces films a été doublée en français mais, malheureusement, le générique et les illustrations n'ont pas été traduits. Nous osons croire qu'au moment de la mise à jour de ces films, la société veillera à éliminer les anomalies observées.

Deux terminaux Télidon mis à la disposition du public donnent de l'information sur les programmes et activités de Harbourfront, mais en anglais seulement. La société reconnaît que ces terminaux, fréquemment utilisés par le public, pourraient constituer un point de départ pour un programme complet de services bilingues. Nous sommes, sur ce point, tout à fait d'accord avec la société.

Chaque semaine, Harbourfront publie son programme d'activités en anglais dans un journal anglo-torontois; la société ne fait appel à l'hebdomadaire local de langue française, L'Express, que lorsqu'il y a des activités en français à annoncer. La publicité en français est habituellement diffusée par les postes AM et FM locaux du réseau français de Radio-Canada.

Les articles de papeterie, les formulaires, dont les chèques et les reçus, de même que les cartes de visite de la société portent tous des inscriptions unilingues anglaises.

Compte tenu de la situation, nous recommandons à la société :

8. **d'annoncer dans des media de langue anglaise et de langue française les activités que l'on peut raisonnablement supposer d'intérêt pour les deux groupes linguistiques et**

9. **de rendre bilingues ses articles de papeterie, ses formulaires et ses cartes de visite.**

Chaque année, les deux millions de visiteurs de Harbourfront ont accès aux quelque 3 500 événements culturels, éducatifs ou récréatifs prévus au calendrier de la Division de la programmation, dont beaucoup sont organisés par des groupes extérieurs qui utilisent le site et font appel aux services de la société. Les noms des six services de la Division illustrent bien la diversité des activités et des services offerts au public : événements communautaires et spéciaux; arts du spectacle; arts visuels; loisirs; éducation; et centre informatique. Le champ immense de ses activités s'étend des programmes d'études urbaines sur la rive du lac, offerts toute l'année par la School by the Water à 35 000 écoliers, jusqu'aux programmes pour les personnes âgées, assurés l'été par le service des loisirs à 25 000 personnes.

La société possède quelque compétence qui lui permettrait de tenir certaines activités en anglais et en français, particulièrement au Service de l'éducation et au Centre d'informatique. Cependant, comme elle ne possède pas de principes directeurs bien arrêtés sur la question, la plupart des programmes ne sont qu'en anglais. Par conséquent, la documentation de référence n'est aussi qu'en anglais, sauf si un événement ou une activité ont aussi lieu en français. De toute façon, la société n'a pas déployé d'efforts systématiques de nature à lui permettre de présenter un programme d'activités équilibrées dans l'une et l'autre langues officielles avec la collaboration d'organismes francophones et anglophones.

Dans un dépliant de la société, on peut lire que le centre d'apprentissage de la voile offre un choix de cinq écoles professionnelles qui donnent des cours d'un jour, d'une semaine ou d'une fin de semaine. Il s'agit, en fait, d'entreprises privées qui louent des installations de Harbourfront. Aucune obligation contractuelle ne les oblige à offrir leurs cours dans les deux langues. On nous a cependant affirmé qu'une ou deux écoles étaient probablement en mesure de donner des cours en français sur demande; seulement, jusqu'alors, il n'y aurait jamais eu de demande de cours en français.

Devant la situation, nous recommandons à la société :

10. **d'élaborer, de publier et de mettre en oeuvre des lignes de conduite précises pour l'application de sa politique des langues officielles à ses programmes culturels, éducatifs et récréatifs, surtout en ce qui concerne le nombre, le contenu, la publicité et la mise en pratique de ces programmes en anglais et en français,**

11. **de se trouver des activités ou organismes appropriés de l'une et de l'autre langues officielles afin d'équilibrer la programmation en anglais et en français et de répondre ainsi aux besoins des deux communautés de langue officielle et**

12. **de négocier les lignes de conduite appropriées avec les groupes privés qui offrent leurs programmes dans ses installations, dans le cas d'activités ou de présentations pouvant avoir lieu dans les deux langues officielles.**

La société ne possède aucune donnée précise sur la proportion de francophones parmi ses deux millions de visiteurs annuels. Puisqu'il est indéniable que de telles données seraient utiles dans le processus de planification des programmes et des ressources humaines, nous recommandons à la société :

13. **de se doter d'un mécanisme permettant de déterminer avec précision la proportion de francophones parmi ses visiteurs afin de prévoir la demande de services en français et d'y répondre.**

En juin 1980, le gouvernement fédéral a approuvé un plan septennal de financement et de mise en valeur de Harbourfront. Ce plan prévoit une transformation radicale du site de la société grâce à un mélange dynamique d'installations à vocation récréative, résidentielle, commerciale et institutionnelle. En outre, la société dépensera quelque 27,5 millions de dollars provenant du Trésor public pour les rues, les égoûts, les services et les autres infrastructures nécessaires pour attirer des investissements du secteur privé estimés à 300 millions de dollars, surtout pour la construction de 3 600 logements, locatifs et en copropriété, et plus d'un million et demi de pieds carrés d'espace à bureaux et de vente au détail.

Un promoteur immobilier a déjà terminé un projet de rénovation de 60 millions de dollars au Terminal du quai Queen et y exploite maintenant, en vertu d'une entente de 99 ans avec Harbourfront, un complexe polyvalent comprenant 75 appartements en copropriété, 400 000 pieds carrés d'espace à bureaux et 90 000 pieds carrés d'espace commercial. D'autres complexes, dont la majeure partie des logements, seront construits par d'autres entreprises privées sur des terrains loués à long terme. Les baux de location ne comportent aucune clause linguistique, pas même au sujet de l'affichage et de la signalisation dans les espaces publics réservés par la société dans tous les immeubles. Une recommandation à cet égard a été faite plus haut.

La société publie ses appels d'offres en anglais dans le Daily Commercial News, journal spécialisé distribué en Ontario, mais ne les publie pas dans la presse de langue française; les plans et devis ne sont distribués qu'en anglais. Apparemment, aucune soumission n'a jamais été reçue d'entrepreneurs francophones et, si la société en recevait une, les documents de référence ne pourraient pas être fournis au soumissionnaire dans sa langue.

Nous estimons que de telles pratiques empêchent l'offre active de services en français par Harbourfront et nient au public francophone le droit à l'information, dans sa langue, sur les activités de la société. Par conséquent, nous recommandons à la société :

14. a) de publier tous ses appels d'offres en français dans la presse de langue française lorsqu'ils sont publiés dans la presse de langue anglaise et

b) d'indiquer dans ses annonces d'appels d'offres que la documentation sera fournie en français sur demande.

De plus, la société pourrait étudier la possibilité de se servir des devis types du ministère des Travaux publics qui sont conservés sur mémoire d'ordinateur en anglais et en français, ce qui lui permettrait sans doute d'économiser beaucoup en frais de traduction.

Harbourfront loge conjointement le Conseil des organismes francophones du Toronto métropolitain et le Centre communautaire francophone de Toronto. En retour, Harbourfront semble compter beaucoup sur ces organismes pour satisfaire les besoins du public francophone. En fait, dans sa publicité, la société inclut le Centre francophone au nombre de ses services en soulignant que "les francophones en visite à Toronto se rendent tout d'abord au Centre communautaire francophone de Toronto".

Malheureusement, aucune entente contractuelle entre Harbourfront et les deux organismes ne précise quel rôle, moyennant compensation équitable, doivent jouer ces derniers pour aider la société à s'acquitter de ses obligations linguistiques. Nous croyons qu'il serait utile pour toutes les parties en présence de stipuler les services linguistiques que les deux organismes locataires ont à fournir. C'est pourquoi nous recommandons à la société :

15. de clarifier ses rapports avec le Conseil des organismes francophones du Toronto métropolitain et le Centre communautaire francophone de Toronto en précisant dans une entente officielle leur obligation de fournir, moyennant compensation équitable, des services linguistiques.

IV. LANGUE DE TRAVAIL

La langue de travail de la société est, à toutes fins utiles, l'anglais. La situation n'a toutefois rien de surprenant, le personnel étant à plus de 97 p. 100 anglophone. Le guide du personnel de la société, le Harbourfront Personnel Policy Guide, n'existe qu'en anglais.

V. PARTICIPATION ÉQUITABLE

La société compterait trois ou quatre francophones parmi ses 175 employés permanents. Eu égard au milieu et au faible taux de roulement du personnel restreint, ce nombre est peu susceptible d'augmenter à moins que des efforts particuliers ne soient déployés en ce sens. Cependant, la société pourrait au moins s'appliquer à employer quelques étudiants francophones bilingues chaque été.

De toute façon, nous estimons que la société devrait s'efforcer de savoir le nombre exact de francophones à son service et de déterminer, tout bien considéré, si ce nombre suffit. Par conséquent, nous lui recommandons :

16. de veiller à porter toutes ses offres d'emploi à l'attention aussi des candidats francophones potentiels.

VI. RÉSUMÉ ET RECOMMANDATIONS

La société ne possède pas encore de politique des langues officielles. Faute d'une telle politique, les gestionnaires et employés ne disposent pas des lignes de conduite menant à la réalisation des buts et objectifs linguistiques de l'organisme et ignorent leurs rôles, leurs droits et leurs responsabilités à cet égard.

Une bonne partie de la signalisation de Harbourfront est unilingue anglaise. La présence de propriétés et d'activités publiques et privées sur les terrains rend le problème encore plus difficile. La société se doit donc de trouver les moyens de projeter une image bilingue. L'unilinguisme caractérise aussi la publicité, les publications et de nombreux aspects des différents programmes éducatifs, culturels et récréatifs de la société. Dans un autre ordre d'idées, il faudra que Harbourfront clarifie et officialise ses rapports avec le Conseil des organismes francophones du Toronto métropolitain et le Centre francophone de Toronto, ce qui ne saurait être qu'utile pour toutes les parties en présence.

L'anglais est la langue presque exclusive de travail à la société. Étant donné le milieu où elle oeuvre et la composition quasi entièrement anglophone de son personnel, la situation n'est guère surprenante; la société devrait tout de même s'efforcer d'instaurer une atmosphère plus propice au travail en français.

La proportion des francophones au sein du personnel de la société est nettement faible et il est fort peu probable que la situation change sans le déploiement d'efforts particuliers en ce sens. Il faudrait donc tirer profit de toutes les possibilités pour amener aussi les candidats francophones potentiels à postuler des emplois au sein de ses services. En outre, il faudrait embaucher des étudiants francophones bilingues pendant la saison estivale.

Nous reprenons ici, sous chaque grand titre, les recommandations formulées dans le rapport.

Nous recommandons à la société Harbourfront :

(Introduction)

1. a) d'entamer immédiatement les formalités pour se doter, en plus de son nom en anglais, d'un nom en français et

   b) de prendre les mesures nécessaires pour donner aussi un nom français à The Art Gallery at Harbourfront et à The School by the Water;

(Politique et programme des langues officielles)

2. a) de formuler et de publier prioritairement une politique des langues officielles et de veiller à ce que tous ses employés en soient informés et

   b) de mettre en place un système efficace de surveillance et d'évaluation de la mise en oeuvre de sa politique;

3. a) de déterminer immédiatement quels postes exigent la connaissance des deux langues officielles et

   b) de doter ces postes en conséquence;

(Langue des services)

4. de revoir immédiatement l'ensemble de la signalisation sur ses terrains afin de déterminer où et dans quelles circonstances les panneaux doivent être dans les deux langues officielles et

5. de formuler, de publier et de mettre en oeuvre des lignes de conduite sur le sujet;

6. de donner comme directive à ses guichetiers de répondre au téléphone et d'accueillir les visiteurs avec une formule bilingue et, s'il le faut, de faire appel à un collègue capable de fournir les services dans l'autre langue;

7. a) de formuler, de publier et de mettre en oeuvre une directive sur la préparation et la distribution, dans les deux langues officielles, de ses communiqués et publications et

   b) de veiller à ce que tout imprimé produit par autrui et mis à la disposition des visiteurs dans ses installations soit clairement identifié comme tel;

8. d'annoncer dans des media de langue anglaise et de langue française les activités que l'on peut raisonnablement supposer d'intérêt pour les deux groupes linguistiques et

9. de rendre bilingues ses articles de papeterie, ses formulaires et ses cartes de visite;

10. d'élaborer, de publier et de mettre en oeuvre des lignes de conduite précises pour l'application de sa politique des langues officielles à ses programmes culturels, éducatifs et récréatifs, surtout en ce qui concerne le nombre, le contenu, la publicité et la mise en pratique de ces programmes en anglais et en français,

11. de se trouver des activités ou organismes appropriés de l'une et de l'autre langues officielles afin d'équilibrer la programmation en anglais et en français et de répondre ainsi aux besoins des deux communautés de langue officielle et

12. de négocier les lignes de conduite appropriées avec les groupes privés qui offrent leurs programmes dans ses installations, dans le cas d'activités ou de présentations pouvant avoir lieu dans les deux langues officielles.

13. de se doter d'un mécanisme permettant de déterminer avec précision la proportion de francophones parmi ses visiteurs afin de prévoir la demande de services en français et d'y répondre;

14. a) de publier tous ses appels d'offres en français dans la presse de langue française lorsqu'ils sont publiés dans la presse de langue anglaise et

b) d'indiquer dans ses annonces d'appels d'offres que la documentation sera fournie en français sur demande;

15. de clarifier ses rapports avec le Conseil des organismes francophones du Toronto métropolitain et le Centre communautaire francophone de Toronto en précisant dans une entente officielle leur obligation de fournir, moyennant compensation équitable, des services linguistiques;

(Participation équitable)

16. de veiller à porter toutes ses offres d'emploi à l'attention aussi des candidats francophones potentiels.

VII. COMMENTAIRES DE LA SOCIÉTÉ SUR LES RECOMMANDATIONS

Le directeur général de la société nous a demandé de publier les commentaires suivants sur nos recommandations et sur l'état de mise en oeuvre de ces recommandations :

I. INTRODUCTION

1. a) Nous estimons que "Harbourfront" est un nom bien implanté à Toronto, désignant à la fois un lieu géographique et la société. Il serait aussi malvenu de traduire ce nom que de traduire "Toronto".

II. POLITIQUE ET PROGRAMME DES LANGUES OFFICIELLES

2. a) Certains employés de la société ne connaissent pas la Loi sur les langues officielles et nous serions heureux d'accueillir un représentant du Commissariat aux langues officielles qui viendrait nous expliquer en quoi consiste cette loi. La société ne possède pas encore de politique des langues officielles formelle mais une telle politique devrait être préparée. Puisqu'il s'agit là d'une question touchant tout le personnel, je propose de demander au comité de liaison avec le personnel de créer un groupe de travail sur les langues officielles, dont au moins un membre serait un cadre supérieur.

2. b) La mise en oeuvre et la surveillance seraient prévues au mandat du groupe de travail.

3. a) Nous croyons que les postes de contact direct avec i) le public ou ii) la collectivité francophone devraient être bilingues. La Division des communications est notre principal lien avec le public. La directrice de cette division est parfaitement bilingue et l'un des coordonnateurs de la publicité vient de terminer un cours de français au George Brown College, tout comme le coordonnateur du théâtre. Le coordonnateur du comptoir d'information n'est pas bilingue mais son adjoint (qui travaille les fins de semaine, période de pointe de l'achalandage) parle couramment le français et l'espagnol. Les étudiants récemment embauchés à temps partiel pour travailler l'été au comptoir d'information ont tous une certaine connaissance du français, allant de très rudimentaire à bonne. J'ai moi-même donné comme directive de sélectionner prioritairement des francophones pour ces postes et je suis heureux des progrès enregistrés à ce chapitre. Nous avons commandé une affiche qui sera installée au comptoir d'information pour faire savoir que les services sont disponibles dans deux langues.

III. LANGUE DES SERVICES

4,5. Je me soucie de l'affichage à Harbourfront, non seulement sous l'aspect du bilinguisme, mais aussi sous les aspects de l'uniformité d'apparence et de l'utilité pour le public. Cette question est plus complexe (et coûteuse) qu'il ne semble de prime abord. Nous avons fait appel à des experts-conseils pour nous aider à planifier notre affichage et les avons expressément chargés de prévoir une signalisation en français. Au Centre du quai York, qui vient d'ouvrir après avoir été rénové, la signalisation est bilingue.

Je travaille actuellement en étroite collaboration avec nos experts-conseils, Spencer/Francey, et une équipe de travail composée de cadres en vue de l'adoption de règles cohérentes en matière d'affichage. Les panneaux auxquels vous faites allusion dans votre rapport n'existent plus -- ce fait illustre peut-être très bien avec quelle rapidité l'aspect de notre site se transforme. Je reconnais que l'ampleur des travaux de construction actuellement en cours à Harbourfront nous offre une excellente occasion de mettre en oeuvre une politique de bilinguisme, ce que j'ai l'intention de faire.

6. Le directeur des guichets a été informé de vos préoccupations devant l'absence de services en français. Il a été convenu d'essayer de recruter des employés francophones quand des possibilités d'emploi se présenteront.

7. a) Selon notre politique, les communiqués et les messages d'intérêt public sont produits en français et distribués aux media francophones lorsque le programme présente un intérêt particulier pour la collectivité francophone. Dans la situation actuelle, il est impossible, en raison de contraintes de ressources humaines, de produire tous nos documents publicitaires en français. Selon mes propres estimations, il faudrait de

deux à quatre traducteurs à temps plein pour la seule Division des communications. J'ai pris le Centre national des arts d'Ottawa comme modèle d'organisme artistique publiant tous ses documents en français. Cet organisme possède en fait deux services des communications parallèles. Un tel système convient à un organisme oeuvrant dans une ville comptant une forte population francophone, un journal français important et d'autres media français, mais les côuts que représente l'embauche du personnel supplémentaire nécessaire au fonctionnement d'un service qui n'est pas couramment demandé par les media seraient prohibitifs dans notre situation financière. Notre personnel accorde régulièrement des interviews à CJBC (radio) pour faire la promotion de nos événements. Notre rapport annuel en cours de préparation sera publié en anglais et en français pour la première fois; notre plan interne était bilingue pour la première fois; et, cet été, nous produirons un dépliant en français sur le site. Le film que vous mentionnez n'est plus à jour et on s'en sert rarement. Un diorama sur le site, en cours de préparation, sera assorti d'un texte en français. L'entreprise de programmation du terminal Télidon, Infomart, est en train d'établir ses tarifs pour la mise en place d'une composante en français.

8. Je crois que nous annonçons dans les media en français lorsque le programme est jugé d'intérêt pour les fancophones.

9. Les frais d'impression des articles de papeterie et des formulaires dans les deux langues officielles semblent très élevés mais j'ai chargé un agent de projets spéciaux, qui étudie notre système de commande, d'évaluer les frais supplémentaires qu'il faudrait engager pour rendre nos articles de papeterie bilingues.

10,11,12. Comme vous le savez sans doute, les programmes de Harbourfront répondent aux besoins de la collectivité et sont en même temps

le reflet de ces besoins. Quant aux programmes en français, nous avons présenté deux groupes se produisant en français dans le cadre de notre récent festival international pour enfants. De plus, dans le cadre de notre prochaine saison de camps, nous présenterons pour la première fois un camp entièrement en français, "Le camp au bord de l'eau". Les meilleures troupes de danse du Québec participeront à la saison Ford Dance. En outre, nous avons entamé des négociations avec les organisateurs de la Quinzaine internationale du théâtre de Québec en vue de la production d'un festival de théâtre à Toronto en 1986. Nous envisageons aussi une grande rétrospective du film québécois; de plus, le personnel responsable de l'établissement des programmes travaille en étroite collaboration avec le nouveau représentant du gouvernement du Québec, M. Jean-Marc Boudreau. Je crois que les nouvelles initiatives sont très positives et que notre personnel chargé d'établir les programmes est sensibilisé aux événements en français et désireux d'en intégrer aux programmes. Nous avons réagi à toutes les demandes de programmes en français qui nous ont été présentées.

13. Nous avons entrepris une enquête qui nous permettra de connaître le profil linguistique de nos visiteurs. La première phase en est déjà terminée. Je pourrai vous présenter un rapport complet sur cette enquête en décembre 1985, lorsqu'elle sera terminée.

14. a) La production, pour la presse francophone, des documents sur nos projets d'aménagement, nous apparaît comme du gaspillage puisqu'il n'existe pas de media francophone adéquat. Soyez assuré que s'il existait une version française du Daily Commercial News, nous envisagerions de l'utiliser.

15. Nous tenterons de clarifier nos rapports avec le Conseil des organismes francophones du Toronto métropolitain et le Centre communautaire francophone de Toronto.

V. PARTICIPATION ÉQUITABLE

16. Nous ferons tous les efforts en vue de nous assurer que les possibilités d'emploi soient portées à l'attention des candidats francophones et nous verrons à ce que la connaissance du français devienne un atout dans notre processus de recrutement.